

ビジネス成功のカギは信頼関係にあり

世の中は「義理と人情」で動いている！

人間はときに効率性やお金を重視しない行動をとることがある。では、いったいなぜ合理的ではない行動をとるのだろうか？ 従来の経済学では扱われてこなかった「義理」や「人情」をキーワードに、ビジネスでも家庭でも使える新しい経済学の考え方を聞いた。

西南学院大学教授
山村英司

●やまむら・えいじ 1968年北海道生まれ。早稲田大学社会科学部卒業、同大学院経済学研究科博士前期課程修了。東京都立大学大学院社会科学研究所経済学専攻単位取得退学。2011年より現職。専門は行動経済学、経済発展論。著書に「義理と人情の経済学」（東洋経済新報社）。

従来の経済学の弱点

——山村先生が研究されている「義理と人情の経済学」とは、どのようなものなのでしょう？

ある飲食チェーンでは、従業員の会社への貢献以上に給料を払い、アルバイトの人にさえボーナスを出しているそうです。さらに入社面接

に来た人に社長が気前よく食事を奢っていたこともあるとか。しかし、入社するかどうか分からない人に対して余分なコストを払うことは合理的でないようにも見えます。当たり前前のことですが、意味のないコストがかさめば、会社は潰れてしまいます。しかし、このお店はとも繁盛しています。どうやら無意味に思えるコストが、じつは重要な

投資になっているようなのです。私は日ごろ学生たちに授業で経済学を教えているわけですが、このチェーン店の例のように経済学の教科書に出てくると日常に起こる出来事には大きな違いがあると感じていました。

教科書に出てくるような抽象的な話をしているだけでは、学生たちが理解しづらいのではないかと考えて

「経済学ではこのような考え方をし、現実の世界ではこのように動いている」という説明のしかたをしようとするのですが、実際にはその通りになっていないことがある。経済学は分析のツールとして優れているけれど、それだけでは説明ができないことも多いんですね。

そこで「血の通った人間」が自然に持つ「人情」や、それに付随する「義理」「共感」といったものが重要な働きをするのではないか。日常の中で「人情」を理解することは重要であり、経済活動をする上でもカギとなるのではないかと考えたわけです。

——ここでいう「義理」や「人情」とはどのようなものでしょうか？
では、まず市場経済の仕組みについて少しお話ししたいと思います。

市場取引というのは売る側の「売

りたい価格」と消費者の「買ってもよい価格」のバランスで決まります。例えば、学生街の定食屋さんが五〇〇円で売ればもうけが確保できる定食を出すとします。一方で買う側の学生はその五〇〇円という情報をもとに買うかどうかを判断するわけです。

もし、その周辺に他のお店がない場合は、高くても買う人が出てくるのでお店側は高い値段をつけることができますが、お店が複数あることで競争原理が働き、値段が安く抑えられることとなります。

簡単に言うと、モノの値段はどのように決まるわけですが、この話には一つ欠点があります。それはなにかというと、お店がインチキをしようとするケースがあるわけです。例えば、消費期限が切れて、腐りかけたものをこっそり出すということが

考えられます。このようなことは、お客さんの側からはまったく分かりません。値段や商品サンプルなどの情報を得ることはできるのですが、使っている材料が新しいか古いか、どういう過程で調理しているのかというような情報までは分からないんです。

——確かに厨房でどのように調理しているのかまでは分かりませんね。
このように、お店側と消費者側で持っている情報が違うことを、「情報の非対称性」といいます。

では、お店が消費者をだましていた場合は、いったいどうなるのでしょうか？ 短期的には儲かるかもしれませんが、もしばれたら大変なことになります。売り上げが落ちたり、お店自体が潰れてなくなってしまうこともあるでしょう。「お店が潰れるのが嫌だから真面目にやろう」と